

155397

รายงานการวิจัย

เรื่อง

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่  
(Thai Tourist Behavior towards Sankamphaeng District, Chiang Mai)

โดย

อาจารย์จรงค์ ศรีคำน้อย  
อาจารย์อรอนงค์ ศรีไพโรจน์

รายงานวิจัย ฉบับที่ 335



ปี พ.ศ. 2558

มหาวิทยาลัยพายัพ

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวอำเภอ  
สันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่” สำเร็จได้ เนื่องจากบุคคลหลายท่านได้กรุณาช่วยเหลือให้ข้อมูล ข้อเสนอแนะ  
คำปรึกษาแนะนำ ความคิดเห็นและกำลังใจ

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ฐิติ ฐิติจำเริญพร ผู้วิจารณ์งานวิจัย

ผู้เขียนขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ฐิติกุล ไชยวรรณ, อาจารย์ ดร.สมยศ โองเคลือบ และ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรวรรณ วงศ์ปิ่นเพชร คณะกรรมการประเมินงานวิจัยฉบับ(ร่าง)

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ฐิติกุล ไชยวรรณ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลิพร วิมุกตานนท์ และ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรวรรณ วงศ์ปิ่นเพชร ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของ  
เครื่องมือวิจัย

ขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังอำเภอสันกำแพงที่ให้ความร่วมมือใน  
การตอบแบบสอบถาม / ทดลองใช้เครื่องมือวิจัย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้รายงานการวิจัยของผู้วิจัย  
สำเร็จลุล่วง

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานที่ช่วยส่งเสริมสนับสนุน  
กระตุ้นเตือน และเป็นกำลังใจตลอดมาให้ผู้เขียนจัดทำรายงานการวิจัยในครั้งนี้

อาจารย์จรงค์ ศรีคำน้อย

31 สิงหาคม 2558

ชื่อเรื่อง : การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยว  
อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่  
ผู้วิจัย : อาจารย์จรงค์ ศรีคำน้อย และอาจารย์อรอนงค์ ศรีไพโรจน์  
ปี พ.ศ. : 2558

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวภายใต้บริบทของอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่ของอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 387 คน จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96.75 โดยมีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) (ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอสันกำแพง ซึ่งมีโอกาสถูกเลือกเท่าๆ กัน) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่ามัธยฐานเลขคณิต (Mean)

### ผลการศึกษาพบว่า

1. อำเภอสันกำแพงมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรู้จักและได้เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ที่มีความสะดวกในการเข้าถึงเพราะมีป้ายบอกทางชัดเจนและตั้งอยู่บนถนนใหญ่เส้นเชียงใหม่-สันกำแพง และมีความพร้อมด้านที่จอดรถ มีห้องน้ำที่สะอาด และมีร้านอาหารเพียงพอต่อความต้องการ มีร้านค้าขายของที่ระลึกที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น ศูนย์หัตถกรรมร่มบ่อสร้าง และน้ำพริกสันกำแพง และนักท่องเที่ยวสามารถหาที่พักแรมได้สะดวก มีรูปแบบที่พักที่หลากหลาย มีศูนย์บริการให้ข้อมูล และมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นคอยให้บริการตามแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวไม่รู้จักและไม่ได้เยี่ยมชม จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีความสะดวกในการเข้าถึงและไม่มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน เช่น บ้านจางนิก ป่าดง ปงไหว
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอำเภอสันกำแพงจะเป็นนักเรียน นักศึกษาและเป็นเจ้าของธุรกิจ เพศชาย มาจากต่างจังหวัด มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรู้จักแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือ น้ำพริกสันกำแพง แต่ไม่รู้จัก ป่าดง ปงไหว และ

โครงการพระราชดำริห้วยลาน และรู้จักแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ ศูนย์หัตถกรรมร่มบ่อสร้าง ศูนย์หัตถกรรมกระดาษสาและร่มบ้านต้นเปา แต่ไม่รู้จักชุมชนร้องวัวแดง บ้านจางนั๊ก และไม่ได้เยี่ยมชม ศูนย์หัตถกรรมอำเภอสันกำแพง และวัด ส่วนใหญ่จะตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยมาเที่ยวกับเพื่อนและครอบครัวเพื่อพักผ่อนหรือเยี่ยมญาติ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน และจะซื้อของที่ระลึกที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและมีราคาที่เหมาะสม ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับโอกาส กำหนดไม่ได้แน่นอน จะค้นหาข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวโดยตรงและจากคนที่เคยมาเที่ยวและจาก เว็บไซต์ของอำเภอสันกำแพง โดยจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ทุราคาและประโยชน์ที่จะได้รับโดยใช้เวลาท่องเที่ยวครึ่งวันหรือเต็มวันและจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเอง และจะพักผ่อนกับเพื่อนหรือญาติ

#### ข้อเสนอแนะ

1. แหล่งท่องเที่ยวของอำเภอสันกำแพงควรมีเอกลักษณ์ของชุมชน ควรมีการจัดระเบียบในการรับบริการ และควรมีป้ายบอกทางที่ชัดเจนในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น บ้านจางนั๊ก
2. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและคนในชุมชนอำเภอสันกำแพงควรทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่ได้เยี่ยมชมหรือไม่รู้จักมากนัก เช่น ป่าดง ปงไหว บ้านจางนั๊ก โดยพัฒนาด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและป้ายบอกทาง อีกทั้งพัฒนาศักยภาพให้กับเจ้าหน้าที่และมัคคุเทศก์ที่จะนำเที่ยวและให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว

Name (English): Thai Tourist Behaviors towards  
Sankamphaeng District, Chiang Mai  
Author: Mrs.Jongrak Sricomnoy and  
Mrs.Onanong Sripairoj  
Year: 2014

### Abstract

The research title "Thai Tourist Behaviors towards Sankamphaeng District, Chiang Mai" aimed to study tourist attractive environment and the behavior of Thai tourists in Sankampaeng District, Chiang Mai.

The sample size was Thai tourists who travel in Sankampaeng district about 387 from 400 as 96.75 percentages. The Accidental sampling by using questionnaire was collected data. All tourists had a chance to select. Then researcher analyzed by using descriptive statistics such as frequency, percentage and mean.

The results of the study:

1. The Sankampaeng district has both the natural attractive place and the cultural attractive place. Most of tourists are known the cultural attractive location. Those locations have traffic sign which located on main Chiang Mai - Sankampaeng road, convenience car park, clean public restroom, sufficient restaurant and unique souvenir shop such as Bor Sang Handicraft Center and Sankampaeng Hot Spring. The tourist can find the place to stay easily. There have many accommodations styles. The Sankampaeng has information center and local guides in both the natural or cultural attractive place which tourist do not know, do not ever visit, difficulty to access and no information signs such as Ban Chang Nak and Padong Pongwai.

2. The Thai tourists were student and business owners, male and they come from other district. Most of them 21-30 years old, bachelor degree, had less than 10,000 baht income per month. They mostly know Sankampaeng Hot spring as the natural attractive place. In contrast, they do not know Padong Pongwai and Huay lan His Majesty project. The cultural well-known place was the Bor Sang Handicraft Center and the handmade Sa paper and Umbrella Center at Ton Pao village. They still do not know Rongwuadang, Ban Changnak and they missed the Sankampaeng

still do not know Rongwuadang, Ban Changnak and they missed the Sankampaeng Handicraft Center and Temple. Most of them decide going to travel here for relaxing and visiting the relations by themselves. They have objectives to study local life style and they purchased some souvenirs which unique products identify the community with reasonable price. The suitable period which they have a chance to travelling was unexpected. they will search more directly information from other tourists who ever been here before and Sankampaeng web site. Tourists concerned the following factors such as attractiveness, budgets and benefits. They usually spend a day or a half a day to travelling here. They stay overnight with their friends or relations.

Suggestions:

1. The attractive place in Sankampaeng should be identify their community. They should well-organize the services system and improve the information sign for tourist easily access especially in Ban Chang Nak.

2. The local Administration Organization and Sankampaeng people should set policy improvement those unknown attracting places such as Padong Pong wai and Ban Chang Nak. The developing plan should be focusing on improve accessibility factors, traffic sign and so on improve their official staff and all guides who serve and give more information to their tourists.

## สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| กิตติกรรมประกาศ                             | ก    |
| บทคัดย่อภาษาไทย                             | ข    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ                          | ง    |
| สารบัญ                                      | ฉ    |
| สารบัญตาราง                                 | ช    |
| บทที่ 1 บทนำ                                | 1    |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา              | 1    |
| วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย                 | 3    |
| นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา                  | 3    |
| ระยะเวลาทำการวิจัย                          | 3    |
| บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 4    |
| แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว        | 4    |
| เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                 | 16   |
| กรอบแนวคิดการวิจัย                          | 21   |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย                  | 22   |
| ประชากรกลุ่มตัวอย่าง                        | 22   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย                  | 22   |
| การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ                  | 23   |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล                         | 24   |
| การวิเคราะห์ข้อมูล                          | 24   |
| สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล             | 25   |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล                | 26   |
| บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ       | 72   |
| สรุปผลการศึกษา                              | 72   |
| อภิปรายผลการศึกษา                           | 75   |
| ข้อเสนอแนะ                                  | 77   |
| บรรณานุกรม                                  | 79   |
| ภาคผนวก                                     | 81   |
| ภาคผนวก ก                                   | 81   |
| ภาคผนวก ข                                   | 89   |
| ประวัตินักวิจัย                             | 96   |

## สารบัญตาราง

| ตาราง  | หน้า |
|--|------|
| 1 สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2553-2556   | 2    |
| 2 ความสัมพันธ์ระหว่างคำถาม คำตอบ และกลยุทธ์ในแผนงานตลาด                        | 7    |
| 4.1.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ                              | 27   |
| 4.1.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ                             | 27   |
| 4.1.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา                    | 28   |
| 4.1.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน        | 28   |
| 4.1.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพปัจจุบัน                    | 29   |
| 4.1.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิลำเนา                        | 29   |
| 4.1.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบในการท่องเที่ยว            | 30   |
| 4.1.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ท่องเที่ยว            | 30   |
| 4.2.1.1 ระดับความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ                          | 31   |
| 4.2.1.2 ระดับความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม                          | 31   |
| 4.2.2.1 ระดับความคิดเห็นต่อความสะดวกในการหาที่พักแรม                           | 32   |
| 4.2.2.2 ระดับความคิดเห็นต่อที่พักแรมที่มีรูปแบบหลากหลาย                        | 32   |
| 4.2.3.1 ระดับความคิดเห็นต่อการบริการของร้านขายของที่ระลึก                      | 33   |
| 4.2.3.2 ระดับความคิดเห็นต่อการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชม                      | 33   |
| 4.2.3.3 ระดับความคิดเห็นต่อการบริการของศูนย์ข้อมูล                             | 34   |
| 4.2.3.4 ระดับความคิดเห็นต่อการบริการของมัคคุเทศก์ท้องถิ่น                      | 34   |
| 4.2.3.5 ระดับความคิดเห็นต่อความสะอาดและความปลอดภัย                             | 35   |
| 4.2.3.6 ระดับความคิดเห็นต่อที่จอดรถ  | 35   |
| 4.2.3.7 ระดับความคิดเห็นต่อการบริการของร้านอาหาร                               | 36   |
| 4.2.3.8 ระดับความคิดเห็นต่อห้องสุขาสาธารณะ                                     | 36   |
| 4.2.4.1 ระดับความคิดเห็นต่อถนน   | 37   |
| 4.2.4.2 ระดับความคิดเห็นต่อป้ายบอกชี้ทาง                                       | 37   |
| 4.2.5 ระดับความคิดเห็นต่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยว                            | 38   |
| 4.3.1.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับน้ำพุร้อนสันกำแพง        | 39   |
| 4.3.1.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับป่าดง ปงไหว่             | 39   |
| 4.3.1.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับโครงการพระราชดำริห้วยลาน | 39   |



|         |   |    |
|---------|---|----|
| 4.3.2.1 | พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับหมู่บ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง                                       | 40 |
| 4.3.2.2 | พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับโรงงานต่างๆ   | 40 |
| 4.3.2.3 | พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับชุมชนร่องวัวแดง   | 40 |
| 4.3.2.4 | พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับบ้านจางนิก  | 41 |
| 4.3.3.1 | พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับศูนย์หัตถกรรมร่มบ่อสร้าง  | 41 |
| 4.3.3.2 | พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับศูนย์หัตถกรรมกระดาษสา<br>และร่มบ้านต้นเปา                         | 41 |
| 4.3.3.3 | พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับศูนย์หัตถกรรมอำเภอสันกำแพง  | 42 |
| 4.3.3.4 | พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับป่าดง ปงไหว่  | 42 |
| 4.3.3.5 | พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับน้ำพุร้อนสันกำแพง   | 42 |
| 4.3.3.6 | พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับวัด   | 43 |
| 4.3.4.1 | วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและเยี่ยมญาติ  | 43 |
| 4.3.4.2 | วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน   | 43 |
| 4.3.4.3 | วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม  | 44 |
| 4.3.4.4 | วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นโปรแกรมเสริมจากการมาพบปะ<br>ติดต่อธุรกิจที่จังหวัดเชียงใหม่           | 44 |
| 4.3.4.5 | วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นโปรแกรมเสริมจากการเข้าร่วม<br>ประชุม/อบรม/สัมมนาที่จังหวัดเชียงใหม่   | 44 |
| 4.3.5.1 | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อได้สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน                                | 45 |
| 4.3.5.2 | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อได้พักแรมร่วมกับ<br>คนในชุมชน                          | 45 |
| 4.3.5.3 | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อได้รับประทานอาหาร<br>ที่บ้านของชุมชน                   | 46 |
| 4.3.5.4 | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อได้ซื้อสินค้าของที่ระลึก<br>ที่ผลิตจากโรงงาน           | 46 |
| 4.3.5.5 | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าของที่ระลึก<br>ที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชุมชน | 46 |
| 4.3.5.6 | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อได้ท่องเที่ยว/ผจญภัย<br>และได้สัมผัสธรรมชาติ           | 47 |
| 4.3.5.7 | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อได้สัมผัสและเรียนรู้<br>เกี่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชน     | 47 |
| 4.3.6   | ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว   | 48 |
| 4.3.7   | ช่วงเวลา que เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว   | 48 |
| 4.3.8.1 | นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกใช้บริการจัดนำเที่ยวผ่านระบบการรับจองออนไลน์  | 49 |

|          |  |    |
|----------|--|----|
| 4.3.8.2  | นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกใช้บริการจัดนำเที่ยวผ่านบริษัทตัวแทนนำเที่ยว           | 49 |
| 4.3.8.3  | นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกใช้บริการจัดนำเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง           | 49 |
| 4.3.8.4  | นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกใช้บริการจัดนำเที่ยวผ่าน เพื่อน / ครอบครัว             | 50 |
| 4.3.8.5  | นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกใช้บริการจัดนำเที่ยวผ่าน บริษัท / หน่วยงานที่ทำงาน     | 50 |
| 4.3.8.6  | นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกใช้บริการจัดนำเที่ยวด้วยตนเอง                          | 50 |
| 4.3.9    | นักท่องเที่ยวมีการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว            | 51 |
| 4.3.10.1 | นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์อำเภอสันกำแพง                               | 51 |
| 4.3.10.2 | นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย                  | 51 |
| 4.3.10.3 | นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลจากบุคคลที่เคยมาเที่ยว                                 | 52 |
| 4.3.10.4 | นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ทั่วไปเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอำเภอสันกำแพง | 52 |
| 4.3.10.5 | นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลจากแหล่งอื่น   | 52 |
| 4.3.11   | การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว                                    | 53 |
| 4.3.12   | ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสันกำแพง      | 53 |
| 4.3.13   | รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือก                                     | 53 |
| 4.3.14.1 | รูปแบบและราคาที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือก แบบโฮมสเตย์                           | 54 |
| 4.3.14.2 | รูปแบบและราคาที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกแบบโรงแรม                              | 54 |
| 4.3.14.3 | รูปแบบและราคาที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกแบบเกสเฮ้าส์                           | 55 |
| 4.3.14.4 | ที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกแบบบ้านเพื่อน / ญาติ                                | 55 |
| 4.3.15   | ช่องทางการจัดหาที่พักแรม   | 55 |
| 4.3.16   | การซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยว   | 56 |
| 4.3.17.1 | นักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกจากศูนย์หัตถกรรมสันกำแพง                           | 56 |
| 4.3.17.2 | นักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกจากถนนคนเดินของชุมชน                               | 56 |
| 4.3.17.3 | นักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกจากแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง                           | 57 |
| 4.3.17.4 | นักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกจากงานเทศกาลประจำปี                                | 57 |
| 4.3.17.5 | นักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกจากศูนย์หัตถกรรมบ่อสร้าง                           | 57 |
| 4.3.17.6 | นักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกจากศูนย์หัตถกรรมบ้านต้นเปา                         | 58 |
| 4.3.17.7 | นักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกจากศูนย์ OTOP ของตำบล                              | 58 |
| 4.3.18.1 | ราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึก                        | 58 |
| 4.3.18.2 | รูปแบบเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึก                      | 59 |
| 4.3.18.3 | การนำไปใช้ประโยชน์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึก          | 59 |
| 4.3.18.4 | ความเป็นเอกลักษณ์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึก           | 59 |
| 4.3.18.5 | เพื่อน/ญาติแนะนำเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึก            | 60 |
| 4.4.1.1  | ระดับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ                                  | 61 |
| 4.4.1.2  | ระดับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม                                  | 62 |

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 4.4.2.1 | ระดับความพึงพอใจต่องานประเพณีท้องถิ่นของชุมชนที่จัดประจำปี  | 62 |
| 4.4.2.2 | ระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวแบบสัมผัสธรรมชาติ       | 63 |
| 4.4.2.3 | ระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวแบบสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน | 63 |
| 4.4.3.1 | ระดับความพึงพอใจต่อการพักผ่อนแบบโฮมสเตย์                    | 64 |
| 4.4.3.2 | ระดับความพึงพอใจต่อการพักผ่อนแบบโรงแรม                      | 64 |
| 4.4.3.3 | ระดับความพึงพอใจต่อการพักผ่อนแบบเกสเฮ้าส์                   | 65 |
| 4.4.4.1 | ระดับความพึงพอใจต่อร้านขายของที่ระลึก                       | 65 |
| 4.4.4.2 | ระดับความพึงพอใจต่อมัคคุเทศก์ท้องถิ่น                       | 66 |
| 4.4.4.3 | ระดับความพึงพอใจต่อศูนย์ข้อมูล/แผนที่เดินทาง                | 66 |
| 4.4.4.4 | ระดับความพึงพอใจต่อที่จอดรถ                                 | 67 |
| 4.4.4.5 | ระดับความพึงพอใจต่อห้องสุขาสาธารณะ                          | 67 |
| 4.4.5.1 | ระดับความพึงพอใจต่อความอร่อย                                | 68 |
| 4.4.5.2 | ระดับความพึงพอใจต่อรายการอาหาร                              | 68 |
| 4.4.5.3 | ระดับความพึงพอใจต่อความสะอาด/สุขลักษณะ                      | 69 |
| 4.4.5.4 | ระดับความพึงพอใจต่อราคา                                     | 69 |
| 4.4.6.1 | ระดับความพึงพอใจต่อถนน                                      | 70 |
| 4.4.6.2 | ระดับความพึงพอใจต่อป้ายบอกทาง                               | 70 |
| 4.4.7   | ระดับความพึงพอใจต่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยว               | 71 |